01. La conférence de rédaction

Le journalisme est un travail d'équipe. Le ou les présentateurs ont besoin de savoir ce que vont leur ramener les reporters. Les reporters ont besoin de savoir sous quel angle la rédaction a choisi d'aborder l'événement. Le rédacteur en chef a besoin de mobiliser ses troupes et d'organiser le travail de la rédaction. La conférence de rédaction est le moment où l'on se retrouve tous et où on choisit et sélectionne ensemble les sujets du jour.

Les radios ont en général trois conférences de rédaction par jour.

Celle du matin, la principale, fixée à 9 heures, tout de suite après les journaux du matin, où l'on détermine les sujets de la journée. Une autre a lieu en début d'après-midi pour faire le point et ajuster en fonction de l'évolution de l'actualité. Une dernière le soir, après le dernier journal de la journée et avant les éditions de nuit, où l'on rassemble les éléments et prépare les éditions du lendemain matin.

Une conférence de rédaction est limitée dans le temps.

Les participants sont disciplinés et se respectent. Ce n'est pas un salon où l'on cause de tout et n'importe quoi. **Une conférence se limite à 45 minutes 1 heure**, pour que les reporters puissent partir au plus vite sur le terrain et les présentateurs préparer leur journal.

Méthodes pour diriger une conférence.

La première, autoritaire, est celle où le rédacteur en chef arrive avec sa liste de sujets et les répartit parmi l'équipe.

La deuxième correspond au management moderne. On part des idées des journalistes, de leur point de vue sur l'actualité, et on adapte ensuite en fonction des incontournables : rendez-vous déjà pris, conférences de presse, enquêtes en cours.

Un exemple : la conférence du matin.

9 heures, tous les journalistes prévus au planning sont là. Il faut arriver à l'heure.

Première étape :

Parole d'abord aux présentateurs du matin pour une analyse critique des sujets de la matinale : les reportages étaient-ils satisfaisants, a-t-on manqué quelque chose, comment rattraper… ?

Parole ensuite aux journalistes et au rédacteur en chef pour une analyse rapide.

Le tout en 10 minutes, sans conflit, sans palabre inutile.

Deuxième étape :

Tour de table : les idées des journalistes et leur avis sur l'actualité du jour. Le mieux est d'avoir un grand tableau blanc effaçable où l'on note au fur et à mesure les propositions. Ainsi tout le monde peut voir.

Confrontation avec l'agenda du jour, voir ce qui est prioritaire, ce qu'on développera plus tard.

Dernier point, le plus long, on sélectionne et discute des angles sous lesquels on va traiter les sujets retenus et comment (papiers, sons, enrobés, invités)…

Une fois cette liste arrêtée, tout le monde a une vision complète de ce qui va se passer et peut partir à sa tâche. Le dialogue, l'échange renforcent la motivation d'une équipe.

Les deux autres conférences de rédaction – après-midi et soir – sont plutôt des tours de table rapides où l'on ajuste et rassemble les éléments.

http://www.24hdansuneredaction.com/radio/1-la-conference-de-redaction

02. Termes techniques du journaliste radio

Bien sûr un journaliste doit maîtriser un certain nombre de techniques pour être capable de faire son travail. Mais être un as de l'interview ou de l'écriture ne suffit pas. Il faut avant tout savoir inscrire son travail dans celui d'une équipe. C'est ce qu'on appelle partager une culture professionnelle.

Partager une culture professionnelle c'est parler le même langage.

Voici un petit lexique d'une dizaine de mots.

Chapo : Texte lu par le présentateur du journal pour introduire un reportage. Le chapo est aussi appelé lancement ou intro.

Pied : Texte lu par le présentateur après la diffusion d'un reportage et qui vient conclure le sujet. Le pied est aussi appelé extro.

Attaque : Début d'un sujet.

Chute : Fin d'un sujet.

Ouverture : Première information du journal.

Fausse ouverture : Terme utilisé quand la première information du journal n'a pas fait l'objet d'un titre.

Brève : Information qui n'est pas développée sous la forme d'un sujet complet.

Papier : Reportage écrit par un journaliste qui ne contient pas d'extrait d'interview.

Son : Reportage qui prend la forme d'un extrait d'interview.

Enrobé : Reportage qui mêle le papier et le son.

Conducteur : Document rédigé par le présentateur pour permettre au technicien de mettre en onde le journal.

Ces quelques mots sont à titre d'exemple. Pour le commun des mortels ces mots sont incompréhensibles. Pour l'équipe d'une radio ce sont des mots de tous les jours, ce vocabulaire partagé est un des signes d'une culture commune.

Respecter les procédures.

Partager une culture professionnelle c'est aussi respecter les procédures communes qui permettent au travail de chacun de s'inscrire dans la production du programme de la radio.

Exemple : imaginons un journaliste qui laisse son reportage n'importe où dans le système informatique de la radio et pas dans le dossier partagé prévu pour cela. Ce journaliste rentre ensuite chez lui avec la certitude du devoir accompli puisqu'il a fait son reportage. Ses collègues chargés de préparer les éditions du lendemain vont passer des heures à chercher le reportage en question. Si le reporter avait respecté la procédure il aurait économisé beaucoup de temps et de soucis pour ses collègues.

En cas de doute il faut en référer à la hiérarchie.

Parfois un collaborateur doit faire face à une situation particulière. Il ne sait pas quelle décision prendre. Dans ce cas de figure il ne faut pas hésiter à soumettre le problème à son chef.

http://www.24hdansuneredaction.com/radio/2-termes-techniques-du-journaliste-radio

03. Qu’est-ce qu’un angle ?

La radio ne peut tout dire, les journaux sont limités dans le temps, il faut donc choisir. La notion d’angle renvoie au traitement journalistique appliqué à un reportage. Un journaliste peut mettre en valeur différents aspects ou angles d’un même sujet. Chaque information peut être prise, présentée, envisagée, vue, sous différents angles. L’angle, un choix journalistique.

Tous les jours, les médias concurrents traitent les sujets importants. Sur un même sujet chacun peut constater que le résultat est différent d’une radio à l’autre. Tout dépend de l’angle choisi pour traiter le sujet. Si l’angle est bon, le reportage va intéresser.

L’angle : une réponse aux contraintes pratiques du métier de journaliste.

Il est impossible de donner toutes les informations dans un papier d’une minute. Le journaliste radio assume cette contrainte et la transforme en atout. Le choix d’un bon angle compense le délai limité imposé à votre reportage. Rien ne vous interdit de traiter votre sujet sous deux angles différents : de proposer un des angles au journal du soir et le second au journal du lendemain matin.

Quand déterminer l’angle d’un sujet ?

Le moment pour choisir un angle de traitement d’un sujet, c’est la conférence de rédaction : comment on va traiter chaque sujet, qu’est ce qui intéresse les auditeurs dans ce sujet, qui sont les bons interlocuteurs pour une interview ? La meilleure façon de répondre à ces questions, c’est de les discuter en équipe pendant la conférence du matin.

Exemples d’angles.

Prenons un sujet d’actualité : un incendie fait rage dans un quartier de votre ville, les maisons et les commerces sont en flamme.

Voici quelques exemples d’angles possibles :

- **1er angle** : Envoyer un reporter sur place qui nous appellera dans le journal pour décrire l’incendie. Traitement : un papier en direct par téléphone.
- **2ème angle** : Faire un bilan matériel et humain : combien de morts, de blessés, comment s’organisent les secours, combien de rues, de maisons sont touchées, etc. Traitement : un extrait d’interview d’un responsable.

- **3ème angle** : Expliquer ce qui s'est passé. Quand et où le feu a démarré ? Pour quelle raison ? Est-ce un incendie criminel ou accidentel ? Traitement : un papier dans le studio.

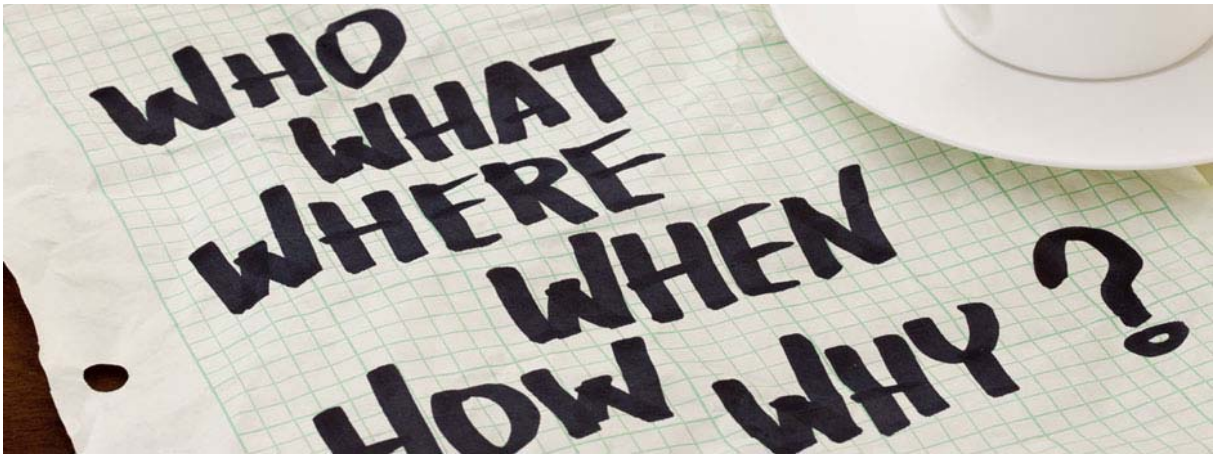
On peut choisir parmi de multiples angles. On peut traiter plusieurs angles pour varier les reportages d'une édition à l'autre. Si l'évènement est très important, on peut lui consacrer plusieurs angles dans une même édition et constituer un dossier.

Le principe s'applique à tous les évènements, politique, culture, économie, sports (papiers d'avant match, sons d'avant-match, compte-rendus d'après match, interviews de joueurs, entraîneurs, papier d'analyse…).

Même chose pour un procès : papier de rappel des faits, présentation de l'accusé, papier résumant la séance, enrobé avec sons des avocats des deux parties…

http://www.24hdansuneredaction.com/radio/3-quest-ce-quun-angle

04. Les 5 W



Répondre aux 5 W (de l'anglais : What Who Where When Why, ou en français: Quoi Qui 0ù Quand Pourquoi ?) dans chaque nouvelle constitue la règle fondamentale, incontournable, impérative du journalisme. Il ne peut pas y avoir de compromis sur les quatre premiers W. L'auditeur a besoin de repères : où ça s'est passé, quand, qui est concerné, qu'est-ce qui s'est passé ?

C'est la même chose dans la vie quotidienne quand vous rencontrez un ami, vous lui racontez ce que vous avez vu : Où Quand Qui Quoi ?…

Il peut arriver que l'on doive rédiger un texte sans connaître la réponse au cinquième W, le **Why**, le **Pourquoi** ? – ou le Comment (How) ? Une démarche plus poussée d'analyse de l'information nous aidera à trouver cette réponse.

Règles d'or du journaliste

- Dire le plus clairement possible **en quoi consiste l'action**. «Il y aurait des désaccords au sein de l'équipe dirigeante» est une mauvaise information, «Pierre et Jean se disputent la présidence» est une meilleure information.
- Toujours identifier **le sujet de l'action**. «La rentrée des classes a été repoussée» est une mauvaise information ; « le ministre de l'éducation repousse la rentrée des classes » est une information plus claire.
- Toujours dire **où** cela se passe : à Kinshasa, Brazzaville, N'jamena, Bangui, Ouagadougou, Bujumbura, Casablanca, Dakar, Oran, Alger, Tunis, Tripoli… dans tel quartier, telle rue, etc.
- Toujours dire avec précision **quand** s'est passé l'évènement que l'on relate : ce matin, aujourd'hui, hier, il y a deux jours, il y a une semaine, le 10 janvier…

Rechercher absolument la réponse.

Si l'on ne dispose pas de ces renseignements, il faut tout faire pour les rechercher. Une information n'a de valeur que si la réponse à ces quatre questions fondamentales est donnée. Un bon rédacteur en chef devrait jeter à la poubelle toute nouvelle qui ne comporte pas ces réponses, et un journaliste ne devrait jamais donner une nouvelle qui ne les comporte pas.

Cette règle s'applique à tout : lancements radio par exemple – Où Quand Qui Quoi ? – le Comment/Pourquoi étant l'angle du reportage. Elle aide à la construction de papiers radio, de reportages, dans les interviews, partout.

En français, on peut la compléter par un autre moyen mnémotechnique amusant :

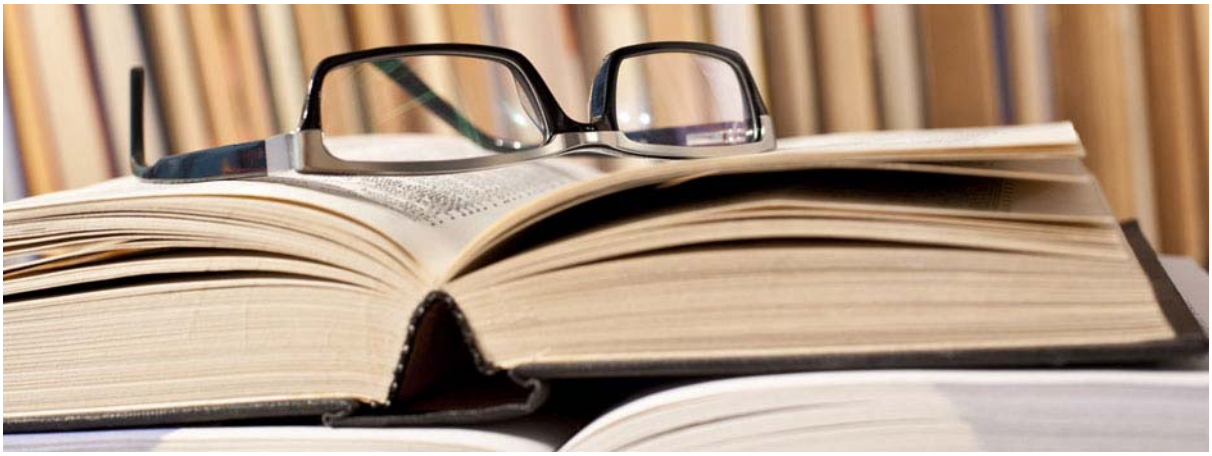
CQQCOQP

Combien Qui Quoi Comment Où Quand Pourquoi.

Vous voyez par vous-même, ce sont des questions de tous les jours. Nous les utilisons par réflexe. Dans le journalisme, elles doivent devenir **LE REFLEXE.**

http://www.24hdansuneredaction.com/radio/4-les-5-w

05. Sources et vérification de l'information



Les sources du journaliste sont multiples : dépêches d'agence, journaux, communiqués, autres médias TV ou radios, et aujourd'hui, tout ce qui se passe sur Internet : blogs, réseaux sociaux, sites d'informations. A cette liste, on peut ajouter les propres sources du journaliste, appels d'auditeurs, témoins, les journalistes entre eux, la documentation de la rédaction, ce qu'on entend dire ici ou là… Mais dans toute cette masse, il faut savoir trier et, surtout, vérifier…

Vérifier deux fois, c'est une règle de base à la BBC. Quel que soit le pouvoir, le journaliste peut être soumis à la manipulation, à la propagande ou bien au marketing publicitaire. Si vous reprenez une nouvelle d'un journal, il faut que celle-ci soit **absolument sûre et vérifiée**. En aucun cas, vous ne pouvez la lire telle quelle à l'antenne. Vous devez aussi toujours citer le journal (la source : autre média, etc.).

Comment identifier une véritable information ?

La nouvelle d'actualité

C'est ce qui se passe, ce qui vient de se passer, va se passer (annonce). Il s'agit d'un fait récent dont on n'a pas encore entendu parler. Il convient d'évaluer chaque nouvelle du point de vue des auditeurs. Comment un évènement, une déclaration, les concerne ou les touche.

L'info magazine

C'est la nouvelle qui ne porte pas forcément sur un événement précis mais explique un problème, une situation, que l'on peut traiter hier, aujourd'hui, demain, mais qui intéresse les auditeurs parce qu'ils ne la connaissent pas encore et que cela les touche. Vous pouvez par exemple faire une enquête sur des réfugiés dans une forêt, la déforestation, l'érosion, les crédits détournés pour une université… Ce sont des sujets qui émergent après une petite enquête.

Comment choisir une nouvelle parmi toutes les informations qui nous parviennent ?

Voici quelques critères :

L'actualité : une nouvelle doit être neuve, fraîche. Une information a peu d'intérêt si l'auditeur l'a déjà entendue ailleurs.

La proximité géographique : les gens s'intéressent davantage à ce qui se passe dans leur village, leur pays qu'à des événements éloignés.

La proximité d'intérêt : les gens sont sensibles aux nouvelles qui les concernent : coût de la vie, budget, prix des produits alimentaires, état des routes, taxes de transports, coûts de l'école… Mais aussi à ce qui est humain : faits insolites, humour, suspense, tragédie, réussites, histoires d'enfants, personnes âgées, mémoire, handicap surmonté…

Le suivi : est une obligation pour une rédaction. On suit un événement dans la durée, jusqu'à sa conclusion. Exemple : une grave panne d'électricité. Vous devez annoncer quand elle est réparée et comment. Une menace d'épidémie : vous devez dire par la suite si la menace se confirme, si les craintes sont dissipées, s'il n'y a plus de danger.

L'importance : une information importante touche beaucoup de gens, modifie leur existence quotidienne, a une influence directe sur eux : catastrophe naturelle, conflit, élections…

http://www.24hdansuneredaction.com/radio/5-sources-et-verification-de-linformation

06. L’écriture radio

La radio est un média rapide qui s’adresse à tout le monde, personnes cultivées ou illettrées. L’écriture doit donc être simple, courte, au présent, claire… facile à écouter, facile à retenir.
La première règle c’est de bien comprendre l’information avant de rédiger. Si on n’a pas compris, on rédige mal. Bien comprendre pour bien rendre compte, c’est le contrat de base entre le journaliste et son public.

Commencez par l’info d’actualité

Vos auditeurs vous écoutent pour savoir ce qui se passe, il faut donc commencer chacun de vos textes avec l’information la plus fraîche.

Accrochez vos auditeurs

La première phrase contient l’information d’actualité, mais elle doit également retenir l’attention. Veillez à ce que votre écriture soit accrocheuse, en particulier au début de chaque nouvelle. Si vous accrochez vos auditeurs, ils resteront à l’écoute.

Utilisez le présent

Vous devez décrire les événements qui viennent de se passer ou au moment où ils se passent. Le présent, c’est le temps du récit ; il est adapté au traitement de l’actualité.

Rédigez des phrases courtes

L’information est souvent complexe, vos auditeurs ne peuvent pas revenir en arrière, ils doivent comprendre instantanément.

Rédigez vos phrases sur le modèle : sujet/verbe/complément. Contentez-vous d’une idée par phrase. Evitez les propositions subordonnées, posez plutôt un point et commencez une nouvelle phrase.

Soyez précis

Vos textes doivent être courts, chaque mot est important. Utilisez donc le mot juste. Bien choisir ses verbes. Méfiez-vous d’être et avoir, verbes passe-partout et imprécis.

Contentez-vous des faits, proscrivez les commentaires

Vous n'êtes pas à l'antenne pour donner votre avis. Contentez-vous de décrire l'actualité et laissez vos auditeurs libres de leurs jugements.

Parlez avant d'écrire

Un journal radio est un exercice oral. Le présentateur dit les informations. Ecrivez votre texte en le murmurant. Quand vous accrochez sur un mot, changez le, vous risquez d'accrocher à l'antenne. Quand vous avez écrit votre texte, relisez-le à voix haute. Si le résultat ne vous plait pas, modifiez le texte.

Adressez-vous aux auditeurs

Vous écrivez seul vos nouvelles, au micro vous n'avez pas de contact avec le public. Mais essayez toujours d'imaginer vos auditeurs. Est-ce qu'ils vont comprendre ? Essayez de vous adresser à quelqu'un. Si vous écrivez de cette façon, le public sentira que vous lui parlez et restera à l'écoute de votre journal.

Décrivez l'information

La radio sollicite l'oreille. Un texte bien écrit crée pourtant des images mentales chez celui qui écoute. Pour obtenir ce résultat, utilisez une écriture descriptive. Pour être sûr de ne rien omettre dans une information, utilisez les cinq W. Et pour la décrire, pensez aux cinq S. comme sens. Toutes les informations nous parviennent par nos sens. Donnez à voir, sentir, toucher, entendre et goûter l'information à vos auditeurs.

http://www.24hdansuneredaction.com/radio/6-lecriture-radio

07. Corrigez vous-même votre écriture

Voici un exercice très simple et très rapide qui permet de faire un diagnostic sur votre écriture radiophonique et de vous corriger.

Sur chacun de vos textes, sans même les lire, repérez les 3 éléments suivants :

- Entourez la première phrase.
- Soulignez les verbes.
- Barrez chaque point.

Une fois que votre texte est annoté de cette façon :

- **La première phrase :**

Lisez attentivement la première phrase en cachant le reste du texte. Cette phrase doit contenir l'élément d'actualité. Pour savoir si c'est le cas répondez à la question : quelle est l'information nouvelle ? Si la phrase ne répond pas à cette question, c'est qu'elle est mal écrite.

- **Les verbes :**

Il faut respecter une unité de temps. Les verbes doivent être au présent. Vérifiez que c'est bien le cas.
Tous les verbes doivent être différents. Chacun d'entre eux doit correspondre à une idée précise. Etre et avoir sont des verbes à proscrire. Ils ne sont pas assez précis. Faites l'effort de trouver des verbes appropriés.

- **Les points :**

Est-ce que vos phrases ne sont pas trop longues ? Si c'est le cas, vous donnez probablement plusieurs informations dans chaque phrase. Pour vous corriger contentez-vous d'une idée par phrase. Votre texte sera tout de suite plus clair et plus incisif. Autre possibilité, vos phrases sont construites de façon trop compliquée. Utilisez la construction : sujet/verbe/complément.

Faites ce test, corrigez-vous et vous verrez que votre écriture sera bien plus claire, plus compréhensible pour vos auditeurs et plus facile à lire à l'antenne.

CONSEIL :

Dans votre rédaction, prenez l'habitude avant l'antenne de vous lire vos textes entre vous, cela permet de voir si ça fonctionne, et s'il faut corriger. Faites de même avec vos reportages quand vous avez un doute. On s'améliore grâce aux autres.

http://www.24hdansuneredaction.com/radio/7-corrigez-vous-meme-votre-ecriture

08. Les techniques d'interview

Que ce soit en direct en studio ou dehors en reportage, l'interview se pratique tous les jours à la radio. C'est sa richesse de donner la parole à un maximum de gens. Parce qu'ils ont quelque chose à dire, parce qu'ils apportent une information, réagissent en tant que politiques, chefs d'entreprise, artistes, personnes ordinaires… à un événement. La radio ne se fait pas dans une bulle, elle est en contact avec ses auditeurs. Mais comment bien interviewer ? Voici quelques règles.

Avant l'interview

Première démarche : **se documenter**, connaître son sujet, le profil de la personne en face.

Préparez vos questions : aidez-vous de notes pour les poser dans un ordre logique.

Présentez-vous : que ce soit au téléphone pour prendre rendez-vous ou quand vous arrivez pour l'entretien. Dites qui vous êtes, pour qui vous travaillez, ce que vous allez faire de l'entretien (diffuser des extraits, une grande partie, l'intégrale…).

Mettez à l'aise votre invité en lui disant l'angle que vous avez choisi, les thèmes que vous allez aborder.

Pendant l'interview

Posez des questions ouvertes : commencez vos questions par pourquoi ou par pensez-vous que… plutôt que par est-ce que… ? De façon à éviter que votre interlocuteur réponde par oui ou par non.

Posez une seule question à la fois : si vous en posez plusieurs, votre interlocuteur répondra à la dernière, et il aura oublié les autres… et vous aussi.

Posez des questions, n'affirmez pas votre position : vous n'êtes pas là pour prendre parti, faire un discours, un commentaire. Votre but, c'est d'avoir de bonnes réponses. Et pour cela, vous avez réfléchi à des questions les plus pertinentes possibles.

Ecoutez les réponses : il y a toujours des éclairages, des explications à demander.

Sachez couper et interrompre poliment : c'est souvent le propre des hommes politiques de faire de grandes digressions pour ne pas répondre. Ramenez-les dans le chemin que vous vous êtes fixé : l'objet de votre entretien.

Sachez aider votre interlocuteur : il y a des gens peu bavards ou intimidés par le micro ; mettez-les à l'aise, reformulez vos questions.

Si votre interlocuteur ne répond pas à la question ou s'il vous répond par une question, c'est que la question est gênante ou délicate. N'hésitez pas à reposer calmement votre question. **C'est vous le maître de l'interview.**

Trucs du métier

Montrez que vous êtes intéressé : regardez votre invité dans les yeux, hochez la tête, approuvez…

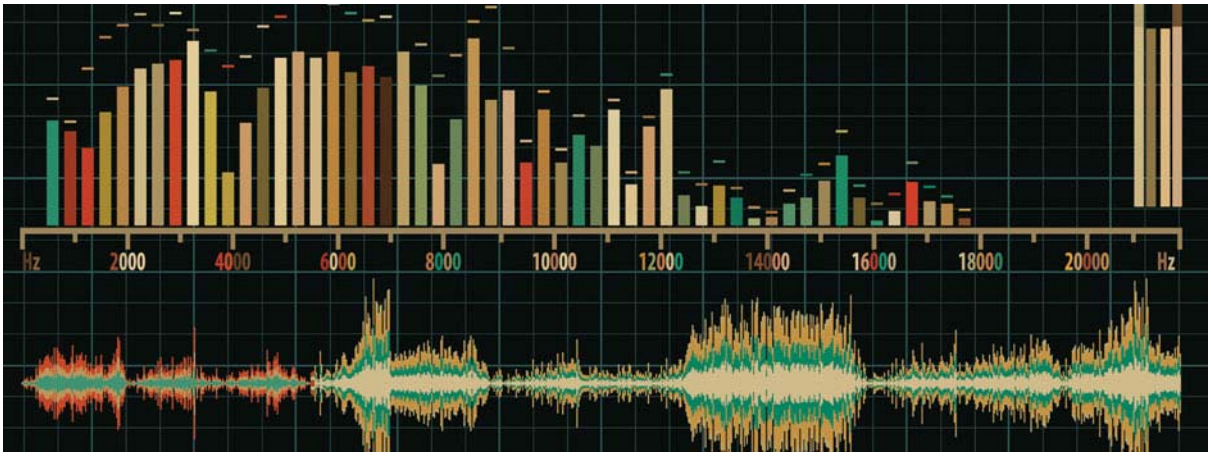
Refusez les réponses lues : parfois des gens arrivent avec des réponses écrites, dites-leur que c'est très mauvais, ils n'ont pas l'air naturels à l'antenne, ils vont se perdre dans leur texte alors qu'ils ont tout dans la tête et qu'ils seront bien meilleurs à l'oral.

Pensez au montage pendant l'interview : une bonne interview est une interview dont on peut extraire de bons sons.

Avant de prendre congé, vérifiez votre enregistrement : réécoutez la fin de l'interview pour voir si vous avez une qualité de son diffusable.

http://www.24hdansuneredaction.com/radio/8-les-techniques-dinterview

09. Le travail de la voix



Faut-il avoir une bonne voix pour faire de la radio ? De préférence oui, mais on voit des présentateurs avec une voix enrouée se distinguer parce qu'ils savent l'utiliser. Vous mettez un très bon tambour dans les mains d'un mauvais musicien, il ne produira rien de bon. Vous mettez un mauvais tambour dans les mains d'un très bon musicien, et vous avez de la magie, du rythme, du son. En radio, il faut écrire pour sa propre voix, c'est le chemin le plus difficile à trouver.

Faites le test, écoutez vos voisins : certains parlent vite, d'autres lentement. C'est notre singularité d'être humain. En radio, il faut trouver le juste milieu.

Première règle : s'adresser à quelqu'un

Vous n'êtes pas sur la place publique pour un discours, vous parlez à une personne. Levez le nez régulièrement de votre papier et regardez le technicien. C'est votre premier auditeur, votre ami. Il peut vous faire signe de ralentir. En radio on parle plus lentement que dans la vie.

Deuxième règle : écrire pour parler

Il y a une musique de la langue orale qui n'est pas celle de l'écrit de nos études. Pendant que vous écrivez, murmurez vos phrases. Vous allez voir que vous trouverez un style simple qui s'approche de votre manière de parler. Cela vous évitera au micro hésitations et bafouillis.

Troisième règle : sortir sa voix

Les premières fois au micro, on est timide. On lit son texte comme on le fait d'habitude pour soi-même. La voix est morne, sans éclat. Enlevez le texte et demandez à la personne de redire ce qu'elle a écrit. Tout de suite vous voyez la différence. La personne reprend sa voix naturelle. Sortir sa voix, cela ne veut pas dire crier, c'est trouver le juste milieu entre sa voix naturelle et le ton pour dire les nouvelles.

Quatrième règle : s'entraîner

Il y a des techniques de diction comme lire un texte avec un crayon entre ses dents. Cela aide à mieux articuler et muscler ses lèvres. Il faut se réécouter en regardant sa voix comme un objet. On peut demander l'aide d'un comédien, à ses collègues, à son rédacteur en chef. La radio est une équipe, on doit pouvoir s'entraider pour s'améliorer.

Cinquième règle : la mise en bouche

C'est la plus fondamentale, valable pour tous les journalistes, débutants ou professionnels confirmés. Avant de passer à l'antenne : relisez à haute voix votre journal, votre flash, votre papier. Vous échauffez ainsi votre bouche et vos cordes vocales. Vous imprimez dans votre esprit la musique de votre texte. A l'antenne, vous l'avez tellement dans la tête que cela coule tout seul. Certains présentateurs se massent la bouche avant de rentrer en studio et boivent un peu d'eau pour éviter d'avoir de la poussière dans la gorge. La radio, c'est comme le sport : échauffements et étirements avant de rentrer sur le stade.

Sixième règle : ne pas manger le micro

On parle à 20 centimètres du micro (fiche 19). On dégage une oreille de son casque pour pouvoir s'entendre comme dans la vie. L'autre sert à recevoir les ordres et à contrôler.

http://www.24hdansuneredaction.com/radio/9-le-travail-de-la-voix

10. Le journal

Présenter un journal engage la responsabilité du présentateur et de toute l'équipe. Un journal est fait de titres, de lancements, de reportages et de brèves. C'est une musique. Sa durée est de 10 à 15 minutes, ou plus selon le choix de la radio. En général, on trouve plusieurs journaux le matin, un grand journal à la mi-journée, un grand journal du soir. Comme tout en radio, un journal se prépare, s'écrit, se met en bouche et se dit à l'antenne.

Avant de rédiger : lire, écouter et penser le rythme.

Après la conférence de rédaction, chaque minute compte pour le présentateur. Il doit faire face à un impératif : être prêt à l'heure du journal. Cette obligation incontournable amène un réflexe malheureux : la rédaction prématurée des textes du présentateur. Voici quelques conseils pratiques préalables à la rédaction qui vous feront gagner du temps et réaliser un meilleur journal.

La première chose à faire est de relire les notes que vous avez prises pendant la conférence de rédaction. Cela vous permettra de vérifier que vous avez bien compris ce qui a été décidé pendant cette réunion. Grâce à cette relecture, vous pourrez vérifier également quels sont les éléments ou informations qui vous manquent ou qui sont incomplets.

Inscrivez sur une liste les tâches à accomplir jusqu'au journal. Vous devez écrire ces éléments dans un ordre logique. Il s'agit ici de faire une sorte de « check list » de votre journal, sur le modèle de celle utilisée par l'équipage d'un avion avant le décollage. Vous pourrez barrer la liste au fur et à mesure de l'accomplissement des différentes tâches.

Lisez la note de liaison rédigée par votre confrère, présentateur de l'édition précédente. De la même façon lisez le script de son journal. Si vous n'avez pas pu écouter l'édition précédente en direct, procurez-vous une copie et écoutez-la.

Lisez les lancements des reportages qui sont déjà en boîte. Les reporters doivent laisser leurs reportages avec des éléments de lancement en précisant l'angle choisi.

Ecoutez attentivement les sons qui sont disponibles. Notez les débuts et les fins de chaque son pour vous aider à rédiger les lancements. Notez la durée de chaque son.

Communiquez avec les reporters. Faites-vous préciser les choses qui vous interpellent à la lecture des lancements et à l'écoute des sons. Renseignez-vous pour savoir qui est sur le terrain et quand ils

vont rentrer. Téléphonez aux correspondants des autres rédactions pour vérifier que vous avez bien tous les éléments.

Enfin pensez au rythme et à l'équilibre du journal. Avant de commencer à rédiger, ayez une idée précise de la forme finale de votre journal. Pour cela, posez-vous quelques questions : Est-ce que vous avez assez d'informations en bref ? Est ce que vous n'avez que des papiers-plus-son ? Avez-vous des informations pour chaque grande région du pays ? N'avez-vous pas trop de sujets politiques et rien sur la vie quotidienne ?

http://www.24hdansuneredaction.com/radio/10-le-journal

11. Le lancement

On dit aussi Chapo ou Intro. Dans les radios françaises, on a gardé l'habitude de désigner ainsi l'introduction d'un sujet. Parce que du temps des magnétophones à bandes, le journaliste faisait le signe de lancer pour dire au technicien d'envoyer le sujet. On le fait encore si on est avec un technicien, notamment dans les éditions principales.

Définition

Le lancement est un texte rédigé par le présentateur qui permet de « lancer », c'est-à-dire d'introduire un sujet pendant un journal.

Durée d'un lancement

Un lancement dure en moyenne une vingtaine de secondes, soit un minimum de trois phrases et un maximum de cinq ou six phrases.

Structure d'un lancement

Un lancement est structuré en trois parties :

- **1ère partie : La phrase d'accroche qui contient l'information d'actualité.**

Pour déterminer qu'elle est l'info d'actualité, il existe une technique toute simple. Il faut se poser la question suivante : « quelle est l'information nouvelle ? » La réponse à cette question doit tenir en une phrase. Il faut rédiger cette phrase de façon accrocheuse, pour fixer l'attention de l'auditeur.

- **2ème partie : Les informations complémentaires.**

Il s'agit au minimum d'une phrase, mais le plus souvent de deux ou trois phrases qui apportent les quelques éléments indispensables à la compréhension de l'information. Pour être sûr que vous n'avez rien oublié utilisez les 5 W : Who When Where What Why ; en français : Qui Quand Où Quoi et Pourquoi. Pensez à vérifier que votre lancement réponde bien à ces cinq questions.

- **3ème partie : la phrase qui présente l'angle sous lequel le sujet a été traité.**

Le reporter, chaque fois qu'il réalise un sujet, peut le faire selon des « angles », des éclairages différents. Prenons par exemple un reportage sur le début d'un procès. Voici différents angles possibles :

- le portrait de l'accusé sous forme de papier.
- le rappel des faits qui ont amené à ce procès, sous forme de papier.
- une interview croisée des avocats des victimes et de l'accusé.
- etc …

Exemple de lancement

- **1ère partie :** Le procès des assassins présumés de Laurent Désiré Kabila débute ce matin à Kinshasa.
- **2ème partie :** Ce premier jour sera consacré à la lecture de l'acte d'accusation. Les accusés resteront enfermés à la prison de Makala pendant toute la durée du procès.
- **3ème partie :** Le principal accusé est Eddy Kapend, l'ancien chef d'état major du président Kabila. Son portrait par notre reporter Paul L.

http://www.24hdansuneredaction.com/radio/11-le-lancement

12. La brève

La brève est l'art de la radio. C'est une information courte qui, dans un journal, donne du rythme entre les sujets développés. Elle permet de poser sa voix. Elle introduit des respirations puisque derrière une brève vous marquez un petit temps pour reprendre votre souffle, avant d'attaquer la brève suivante ou le sujet suivant. Là aussi, il faut s'entraîner. Pour écrire une bonne brève, il faut parfois s'y reprendre à plusieurs fois.

Définition d'une brève

Une brève est une information qui n'est pas développée sous la forme d'un sujet, comme un papier ou un son. Elle peut être utilisée dans un flash ou dans un journal complet.

Durée d'une brève

Comme son nom l'indique, une brève tient en quelques lignes. Trois ou quatre phrases permettent en général d'écrire une brève. En temps, cela représente entre une dizaine et une vingtaine de secondes. Si une brève est trop longue, cela signifie que vous n'avez pas été à l'essentiel et que votre information est diluée.

Structure d'une brève

Une brève est structurée en deux parties :

- **1ère partie : La phrase d'accroche qui contient l'information d'actualité.**

Pour déterminer qu'elle est l'info d'actualité, il existe une technique toute simple. Il faut se poser la question suivante : « quelle est la nouvelle information ? » La réponse à cette question doit tenir en une phrase. Il faut rédiger cette phrase de façon accrocheuse, pour fixer l'attention de l'auditeur.

- **2ème partie : Les informations complémentaires.**

Il s'agit au minimum d'une phrase, mais le plus souvent de deux ou trois phrases qui apportent les quelques éléments indispensables à la compréhension de l'information. Il existe un truc élémentaire pour être sûr que vous n'avez rien oublié : les 5 W qui sont Who When Where What Why, soit en français Qui Quand Où Quoi et Pourquoi ? Pensez à vérifier que votre brève réponde bien à ces cinq questions.

Exercice : prenez une brève écrite par un de vos collègues et réécrivez-la en barrant tous les mots qui vous paraissent inutiles. Passez-la à un autre journaliste et demandez-lui de la réécrire. Lui aussi va la raccourcir. C'est ce qui se passe lors de la préparation du soir. Le journaliste de permanence écrit des brèves à partir des dépêches ou des reportages. Le lendemain matin, le présentateur les regarde d'un oeil neuf et les réécrit encore plus courtes et quasiment dans une forme parfaite. La radio est un travail d'équipe.

http://www.24hdansuneredaction.com/radio/12-la-breve

13. La hiérarchie d'un journal

Reportez-vous à la fiche 5 – les sources et la vérification de l'info – où nous avons déjà parlé de comment trier toutes les informations qui nous parviennent. Nous donnons ici quelques conseils supplémentaires qui sont le réflexe à avoir lorsqu'on présente un journal, une fois écrits tous les lancements et les brèves. Remarquez que nous ne parlons pas encore de titres, car les titres s'écrivent en dernier. C'est l'objet de la fiche suivante.

Définition

La hiérarchie, c'est l'ordre dans lequel le présentateur d'un journal va donner les informations. Il s'agit de placer les différentes informations dans un ordre précis, **par ordre d'importance** des sujets. C'est un travail d'organisation et de logique qui permet aux auditeurs de bien comprendre et de bien suivre le déroulement du journal.

Comment hiérarchiser son journal ?

Il existe plusieurs méthodes. Avec l'expérience, chaque présentateur met au point sa propre technique. Une technique facile à appliquer consiste à examiner chaque information **selon trois critères**.

1. La fraîcheur de l'information

Plus l'information est récente, plus elle remonte dans la hiérarchie du journal. La raison principale est qu'un journal traite de l'actualité du jour, des événements qui se passent le jour même. Il s'agit de « coller » à l'événement. De raccourcir le délai entre l'événement et son récit dans le journal. Ce qui intéresse vos auditeurs, ce sont les faits du jour, pas ceux de la veille ou de la semaine dernière. La seconde raison, c'est que la fraîcheur de l'information est un critère objectif indiscutable. On peut trier les informations dans un ordre chronologique sans se tromper, ni prêter le flanc à la critique.

2. L'intérêt de vos auditeurs pour l'information

Vous devez connaître vos auditeurs et leurs centres d'intérêts, votre public cible, à qui vous vous adressez. Exemple : un sujet de vie quotidienne, taxes, impôts, parle à tout le monde.

3. L'importance de l'information

Plus l'information est importante, plus elle remonte dans la hiérarchie du journal. Pour pouvoir plus facilement juger de l'importance d'un sujet, fiez-vous à la ligne éditoriale de votre radio et demandez l'avis de votre rédacteur en chef.

L'ouverture du journal

Cet examen doit aboutir à un choix de votre part : la première information de votre journal - **le sujet d'ouverture**. Une fois celui-ci déterminé, vous devez décliner le reste du journal par chapitres. Imaginons que votre ouverture soit un sujet politique, vous devez placer ensuite le reste de l'actualité politique. Si ensuite vous pensez que le sujet qui s'impose est économique, placez l'ensemble des sujets économiques, et ainsi de suite, jusqu'à ce que tous vos sujets aient trouvé leur place dans la hiérarchie de votre journal.

Un petit moyen mnémotechnique utile, pensez à : PUNI

Proche, Utile, Nouveau et Intéressant
C'est un slogan tiré d'une radio locale de proximité : « Vous êtes tous PUNIS !»

http://www.24hdansuneredaction.com/radio/13-la-hierarchie-dun-journal

14. Les titres du journal

Il n'y a pas besoin de titres dans un flash (voir fiche 17) parce que c'est une suite d'informations courtes qui durent deux à trois minutes. En revanche, les titres sont nécessaires pour un journal de 10 à 15 minutes. Ils annoncent les principaux sujets pour alerter l'auditeur et lui donner envie d'écouter.« Tiens, quoi de neuf aujourd'hui ? »

Définition

Les titres sont les informations principales qui vont être développées dans le journal. Le présentateur choisit de les valoriser en les plaçant au début de son édition.

A quoi servent les titres ?

Si votre journal est une boutique dont vous êtes le vendeur, les titres en sont la vitrine. C'est ce que l'auditeur entend en premier et qui va le convaincre de rester à l'écoute. Les titres du journal jouent le même rôle que la première phrase d'un lancement ou d'une brève. Ils donnent l'information principale et accrochent l'attention de l'auditeur.

Quels sujets choisir pour faire les titres ?

Les trois ou quatre sujets les plus importants du journal. « L'ouverture », le premier sujet, ensuite les deux ou trois thèmes importants du jour. Il est également intéressant de mettre en avant un sujet original qui n'est pas d'une actualité brûlante. Parfois, on peut titrer sur le sujet de fin de journal, parce qu'il est léger.

Comment rédiger les titres du journal ?

Pour une question de rythme, les titres se rédigent en une ou deux phrases. La première phrase accroche l'auditeur en donnant l'information. La seconde vend l'angle choisi pour traiter l'info.

Combien de titres rédiger ?

Il faut un minimum de trois titres, sinon le journal va paraître pauvre aux auditeurs. Le maximum sera de cinq titres, parce qu'il faut choisir les informations principales. Surtout ne pas faire une liste de tous les sujets développés.

Durée des titres du journal ?

La durée des titres varie selon la longueur du journal. Pour un journal d'un format classique d'une dizaine à une quinzaine de minutes, les titres doivent faire une quarantaine de secondes.

Quand faire les titres ?

La plupart du temps le présentateur rédige ses titres en dernier. Dans un journal d'actualité, il faut se tenir prêt à rajouter une information de dernière minute. Si cette info est capitale, il faut bien sûr la donner en titre. Il vaut donc mieux rédiger les titres ½ heure avant de passer à l'antenne.

Comment valoriser les titres auprès des auditeurs ?

Il faut bien les choisir et bien les rédiger. L'habillage joue un grand rôle (voir fiche suivante). Ainsi il faut placer un jingle avant les titres et une virgule à la fin. Les titres peuvent être soulignés par un tapis musical qui va donner du rythme et de l'intensité. Mais la voix du présentateur doit absolument rester audible et compréhensible.

http://www.24hdansuneredaction.com/radio/14-les-titres-du-journal

15. L’habillage du journal

En radio, tout est musique ou presque, votre voix, les sons des reportages, la parole des auditeurs, les invités, les interventions, les blagues des animateurs… C’est du rythme. Mais comme c’est du flux, l’oreille a besoin de repères. C’est la raison de l’habillage. Il donne la couleur de votre radio et la distingue des autres. Quand vient l’indicatif du journal, on se dit : « C’est l’Heure ! » Il mérite toute votre attention. Lui aussi a un traitement particulier. Il identifie votre radio.

Définition

L’habillage du journal est constitué de brefs éléments sonores. Cet habillage a deux fonctions :

- Attirer et retenir l’attention des auditeurs.
- Faciliter la compréhension des informations.

Quels sont les éléments de l’habillage ?

L’habillage de base d’un journal est composé de :

- **Jingles** (extraits musicaux et vocaux qui identifient une émission).
- **Virgules** (ponctuations sonores très brèves).
- **Tapis** (boucle musicale rythmée) .

Comment utiliser l’habillage ?

L’habillage est placé dans le journal à des moments précis.

Au début du journal : la règle veut qu’on place un jingle juste avant le journal. Ce jingle attire l’attention de l’auditeur et l’informe que c’est l’heure des news. Exemple : une voix qui dit sur un fond musical percutant « Le journal, Paul M… ».

Pendant les titres : on diffuse un tapis musical sous la voix du présentateur. Ce tapis crée une tension et attire l’attention des auditeurs. Il faut veiller toutefois à ce que la voix reste parfaitement audible et compréhensible.

A la fin des titres : on place une virgule qui crée une rupture et permet au présentateur d’attaquer sur sa première information.

Pendant le journal : on prévoit des virgules lorsqu'on a fini de présenter une catégorie d'informations. Par exemple, si vous ouvrez votre journal par deux sujets politiques et que vous enchaînez sur deux sujets économiques, vous pouvez placer une virgule à la fin du 2ème sujet politique. Cette virgule montre que le chapitre politique du journal est terminé. Elle relance l'attention des auditeurs sur les sujets économiques.

A la fin du journal : une virgule montre que la session d'information est terminée. Cela crée un effet de rupture et permet de passer à la suite du programme.

http://www.24hdansuneredaction.com/radio/15-lhabillage-du-journal

16. Le conducteur du journal

C'est la dernière étape avant de passer à l'antenne, il faut penser à tout. Dans la mesure où vous êtes très près du journal, faites-vous aider. Vous avez dans l'ordre : à classer vos éléments (reportages, papiers enregistrés), les mettre par ordre dans un même dossier si vous ne l'avez pas encore fait. Et, le plus important, écrire le scénario récapitulatif de votre journal pour le technicien, afin qu'il sache d'un coup d'oeil ce que vous vous voulez.
C'est LE CONDUCTEUR.

Définition

Le conducteur est le document rédigé par le présentateur qui va permettre au technicien de mettre en onde le journal ou l'émission. C'est le mode d'emploi de la diffusion du journal.

Quand rédiger un conducteur ?

Il faut rédiger le conducteur une fois que tous les textes sont écrits, que la hiérarchie des informations a été établie, que les différents éléments sonores sont identifiés et que l'habillage a été posé. Le conducteur est le tout dernier document rédigé avant le passage à l'antenne.

Comment rédiger un conducteur ?

L'utilisateur du conducteur, c'est le technicien qui réalise le journal ou l'émission. Le conducteur doit donc indiquer simplement et très précisément les différents éléments dans l'ordre de leur passage à l'antenne. C'est très synthétique : des mots, des temps, des numéros.

Son/ Papier/ Lancement/ Brève/ Habillage.

Le conducteur doit indiquer également les différentes sources que le technicien va devoir utiliser : **micro/MD/téléphone/CD/fichier son/ etc.**

Exemple de conducteur d'un journal de 10 minutes :

Source	Contenu	Durée
MD 1 plage 3	Jingle début journal	10 secondes

Micro 1	Titres journal (4 titres)	40 secondes
MD 1 plage 4	Virgule fin titres	2 secondes
Micro 1	Lancement procès Mbandaka	15 secondes
Téléphone (02 36 54 28)	Paul K. en direct palais justice	1 minute
Micro 1	Pied procès	10 secondes
Micro 1	Brève accident Bukavu	20 secondes
MD 1 plage 5	virgule	2 secondes
Micro 1	Lancement élections Goma	20 secondes
MD 2 plage 1	Son élection	56 secondes
Micro 1	Brève MLC Gbadolite	15 secondes
Micro 1	Lancement choléra Kalémie	20 secondes
MD 2 plage 2	Nicole L. Papier choléra	1 minute
MD 1 plage 5	virgule	2 secondes
Micro 1	Lancement Kabila	15 secondes
Micro 2	Paul L. Papier Kabila.	1 minute
Micro 1	Brève hôpital	20 secondes
Micro 1	Lancement école Kananga	20 secondes
MD 2 plage 3	Enrobé école Kananga	2 minute
Micro 1	Au revoir	30 secondes
MD 1 plage 6	Jingle fin journal	6 secondes
		Durée totale : 10 minutes 03

Vous pouvez aussi demander à votre hiérarchie une grille-type à remplir à la main. Très utile quand on est pressé.

http://www.24hdansuneredaction.com/radio/16-le-conducteur-du-journal

17. Le flash radio

Flash, en anglais, veut dire éclair, comme le flash de l'appareil photo. Pour la radio, les Anglo-saxons préfèrent le terme de news flash, un coup d'oeil rapide sur les dernières nouvelles. L'actualité évolue. Lors de grands événements, elle bouge même d'heure en heure. Le flash radio a pour fonction de donner les derniers rebondissements. Il indique, il annonce, il ne développe pas. C'est un mini-journal de brèves sans titres (reportez-vous à la fiche 12 – la Brève).

Définition

Le flash est un rendez-vous d'actualité, comme le journal. Sa fonction est de donner les nouvelles aux auditeurs. Il existe pourtant d'importantes différences entre le flash et le journal radio.

Durée du flash

Première particularité : un flash est un rendez-vous d'actualité très court. C'est d'ailleurs cette brièveté qui vaut son nom au flash. Une radio FM faisait récemment la publicité de ses flashs en disant qu'ils offraient aux auditeurs « Le tour du Monde en 90 secondes ». Un flash dure de une à trois minutes.

Fréquence

La plupart des radios ont des flashs toutes les heures. Toutes les demi-heures pour les radios d'information continue, avec même des titres tous les quarts d'heure. C'est un choix de la radio, selon ses moyens. Elle suppose plus de deux journalistes par jour assis derrière leur écran à surveiller les dernières nouvelles, à rester en contact avec les reporters sur le terrain…

Forme rédactionnelle

Un flash est constitué uniquement de brèves. La seule marge de manœuvre du présentateur pour travailler le rythme de son flash, c'est de varier la longueur de ses brèves. Certaines informations sont dites en cinq secondes, d'autres peuvent exceptionnellement dépasser vingt secondes. Un flash permet de donner au maximum de 6 à 10 informations.

Contenu éditorial

Parce qu'un flash est court, il survole l'actualité. Seules les informations les plus importantes ont leur place dans un flash. Il faut aller à l'essentiel. Il est impossible de développer un sujet, une analyse ou d'y faire un commentaire.

- **Les faits d'abord**. La nouveauté sur ce qui se passe. C'est l'ouverture du flash.
- Une information qui tombe à 9h45 doit avoir sa place dans le flash de 10h.
- Cette même information peut très bien ne pas apparaître dans le journal de 13h, parce qu'elle n'est pas capitale, mais elle était importante à 10h.

Dans un flash, on peut aussi après les informations principales :

- **Annoncer le dossier** qui sera développé dans le journal de la mi-journée ou du soir (promotion du travail de la rédaction).
- **Donner des informations pratiques** : circulation, météo, annonces de réunions, résumé de circulaires administratives (proximité avec les auditeurs).
- **Eventuellement diffuser un son très court** ou un papier selon l'appréciation du présentateur et l'importance de l'actualité.
- **Terminer par une annonce de spectacle**, concert, ou une petite histoire légère (pour passer l'antenne au programme avec le sourire).

http://www.24hdansuneredaction.com/radio/17-le-flash-radio

18. Le reportage

Sans reportage, il n'y a pas de journalisme. Le reportage est le geste professionnel premier, le geste de celui qui va chercher l'information là où elle se trouve : sur le terrain. Le reporter est donc un journaliste qui va couvrir les évènements d'actualité pour les retransmettre aux auditeurs. Pour cela il doit préparer sa sortie, se documenter sur le sujet, préparer son équipement, choisir ses interlocuteurs, prévoir ses angles de traitement du sujet.

Attitudes du reporter

Sur le terrain, le reporter fait preuve d'initiative, il cherche les bons interlocuteurs, pose les bonnes questions. Il observe, il note. L'outil du reporter radio, c'est le son. Il sait enregistrer une interview, prendre de l'ambiance, ramener des éléments sonores bien modulés (fiche 19).

Avant de partir : maîtrisez le sujet

Lisez les dépêches, communiqués, dossiers de presse, articles déjà écrits sur le sujet. Assurez-vous que vous comprenez bien. Vérifiez les noms, les faits, les dates, les chiffres pour être pris au sérieux par vos futurs interlocuteurs.

Déterminez l'angle

Quel(s) aspect(s) du sujet mettre en valeur ? De quelle façon éclairer le sujet pour le rendre compréhensible ? Qu'est-ce qui intéresse vos auditeurs ? Il est impératif de se poser ces questions avant de partir. Vos collègues vous aideront à trouver les bons angles lors de la conférence de rédaction.

Faites une liste de questions

Ne rédigez pas mot pour mot votre interview, préparez un canevas, quelques notes qui reprennent les angles que vous voulez exploiter, les informations que vous souhaitez obtenir.

Vérifiez votre matériel

Batterie, micro (faites un test), bonnette anti-vent, vider la SD Card, perche éventuellement pour prendre du son de loin, casque…

Sur le terrain : choisissez les bons interlocuteurs

Qui allez-vous solliciter ? Il existe deux catégories d'interlocuteurs pour tous les sujets :

- **Les acteurs** : ceux qui sont concernés directement par l'événement, ils vont raconter, décrire, témoigner.
- **Les experts** : leur connaissance du sujet les rend crédibles, ils peuvent expliquer, analyser, commenter.

Sur le terrain : préparez vos interlocuteurs à l'interview

Assurez-vous que vous allez bien trouver vos interlocuteurs. Sauf circonstances particulières, prenez rendez-vous. Expliquez aux personnes que vous êtes journaliste, que vous travaillez sur la radio XXX… Précisez bien que vous souhaitez une interview. Expliquez comment elle va être utilisée (*extrait, interview montée…*).

En cours de reportage

Vérifiez après chaque interview la qualité de votre enregistrement. Réécoutez les dernières phrases. Si ce n'est pas bon (exemple : coup de vent, bruit de moteur trop fort à côté…) recommencez. Votre interlocuteur est à côté de vous. Il comprendra si vous lui expliquez simplement.

Ne laissez pas votre interlocuteur prendre le micro

C'est vous qui conduisez l'interview. Vous avez à surveiller la qualité du son.

http://www.24hdansuneredaction.com/radio/18-le-reportage

19. La prise de son

Pas de radio sans du bon son, sans une bonne qualité d'enregistrement. Le reporter n'est certes pas un technicien ni un ingénieur du son, mais il lui est indispensable de connaître quelques principes. Pensez à vos auditeurs. Certains vous écoutent sur un vieux transistor aux piles fatiguées. Imaginez celui-là qui marche dans la rue avec son poste plein de grésillements. Si le son est mauvais, il n'entendra rien. Il changera de radio.

Le micro

Les radios équipent leurs reporters de micros omnidirectionnels, des micros qui prennent tout. Ce sont les plus faciles à manier. Il suffit de les approcher ou de les éloigner d'une source pour changer le son.

Exemples :

En interview : on a besoin que l'interlocuteur soit « **présent** » pour bien l'entendre. On approche le micro à 20 centimètres de sa bouche.
Si on est trop près, **le son est saturé**, le micro percute sur tous les « P » et les « T »
Si on est trop loin, on entend à peine la personne, **le son est sous-modulé**.

Vous pouvez avoir un **son sous-modulé** si vous ne donnez pas assez de gain lorsque vous enregistrez des **ambiances** (très utiles en reportage).

Vous-même, en interview, vous devez enregistrer vos questions, certaines vont rester au montage… Tournez le micro vers vous en respectant les 20 centimètres. Si vous êtes trop près, vous aurez un **son saturé**, trop loin, **sous-modulé**.

Un son saturé ne se rattrape pas

Vous avez déjà vu une time-line de montage. Quand le son est saturé, les ondes sont coupées en haut et en bas au carré. Vous vous dites, pas de problème, je vais dans « effets » – « amplitude » et je réduis de 3 ou 4 db. Oui, ça peut se faire, mais vous aurez toujours les vagues du son coupées en haut et en bas et ça fera brrrr… ou un son pas beau.

Avec **un son sous-modulé**, quand on monte le son, on monte en même temps le souffle, les ambiances, on ne gagne pas en présence.

Comment avoir un bon son ?

En respectant tout ce que nous avons dit plus haut, et en suivant aussi cette « check-list »:

Avant de partir : vérifier votre matériel, faites des tests micro, réécoutez, demandez un casque ou des écouteurs de baladeur, une « bonnette » pour couper le vent.

Sur le terrain : pour régler le niveau de parole de votre interlocuteur, demandez-lui de se présenter, de rappeler sa fonction, de dire un mot sur « la météo » par exemple.

Vous lui expliquez pourquoi : pendant ce temps vous réglez votre niveau d'enregistrement en regardant le vu-mètre sur votre enregistreur (on dit aussi modulo-mètre ou PEAK-mètre en français – peak meter en anglais).

Pendant l'enregistrement : regardez régulièrement vos niveaux.

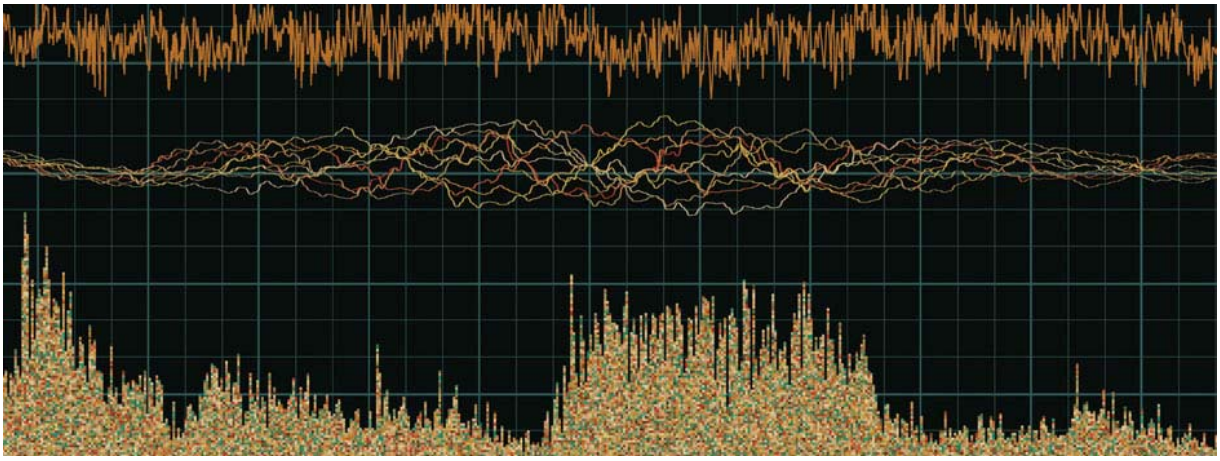
Avant de quitter votre interlocuteur, réécoutez la fin ou le début pour être sûr d'avoir un bon son. Si ce n'est pas bon, recommencez en expliquant pourquoi.

Pour les ambiances : travaillez avec le casque en regardant vos niveaux.

EVITEZ LE DICTAPHONE : c'est un appareil pour prendre des notes à la radio ; il produit un son moins bon que le téléphone.

http://www.24hdansuneredaction.com/radio/19-la-prise-de-son

20. Le son



Le reportage se décline de trois façons : un papier (voir fiche 23), un son ou un enrobé (un papier + son(s), package en anglais voir fiche suivante). Il peut donner lieu aussi à une brève (fiche 12). Il s'accompagne d'un lancement (fiche 11). Le montage permet de réduire les enregistrements d'origine (les rushes) à la taille choisie. Un bon montage ne s'entend pas.

Le son

Le son est un extrait d'interview. Il correspond à un angle. Ce n'est pas le résumé d'une interview. Il fonctionne par lui-même derrière le lancement, lequel indique alors **le nom, la fonction de la personne interviewée et l'angle**, la question à laquelle elle répond.

Comment monter un son ?

- Il faut d'abord isoler toute la partie de l'interview qui correspond à l'angle. Cela peut aller de 2 à 3 minutes, voire plus.
- Ensuite on regarde où cela peut commencer, **l'attaque**, et on regarde **la chute**, la fin.
- Sélectionnez cette partie-là et copiez-la sur une nouvelle time-line.
- Enregistrez sous : il est important de constituer deux dossiers – un pour les sons bruts, un pour les sons montés – et d'enregistrer régulièrement pour éviter de tout perdre en cas de coupure de courant. En cas de mauvais montage, le son d'origine est là en réserve, inchangé.
- Dernière opération : **RÉDUIRE**. C'est la plus longue. On élimine d'abord les hésitations, les redites. Dans la vie, quand on parle, on va rarement au but tout de suite, il y a des digressions, des incidentes. En cours de route, vous éliminez vos questions si elles n'apportent rien. Ensuite, vous tâtonnez pour arriver au format demandé : 30 », 40 », 50 », 1 minute…

UN BON SON NE TRAHIT PAS LA PENSÉE DE L'INTERLOCUTEUR.

Il se contente de raccourcir son propos en lui donnant du punch. Si vous avez un doute n'hésitez pas à le faire écouter à un collègue ou à votre rédacteur en chef. Il vaut toujours mieux corriger avant la diffusion.

http://www.24hdansuneredaction.com/radio/20-le-son

21. Le papier-plus-son ou « enrobé »

Le papier-plus-son, comme son nom l'indique, est un texte enregistré avec un ou plusieurs sons. Le texte enrobe le son, d'où le nom d'enrobé. Les Anglais l'appellent package, pour eux, c'est le vrai reportage, report.
Il y a plusieurs formes d'enrobés : du simple avec un son, aux plus complexes avec plusieurs sons, des ambiances. C'est le reportage vivant.
L'enrobé comme le son se lance avec un lancement qui donne à la fin le nom du journaliste et l'angle de son reportage.

Voici trois schémas possibles :

Enrobé avec un son

Lancement – angle du reportage :

Texte du journaliste *20 »*	Son extrait d'interview *30 »*	Texte du journaliste *10 »*

Avec plusieurs sons

Texte 1	Son 1	Texte 2*(relance)*	Son 2	Texte 3

Avec des ambiances

	Texte 1	Son 1	Texte 2		Son 2	Texte 3	
ambiance			ambiance			ambiance	

Les possibilités sont multiples. Le journaliste peut exercer sa créativité (mettre plus de sons). Mais attention au TEMPS.

Deux recommandations :
Sous les voix, on baisse toujours un peu l'ambiance (mixage). La voix doit rester compréhensible.

On commence et on termine par un léger fade, c'est plus joli. Cela évite que le son arrive comme une brute et termine *cut*. Le technicien mixe la voix du présentateur sur la dernière ambiance, c'est encore plus joli.

Durée d'un enrobé

Dans un journal de 1 à 2 minutes, plus hors journal ou en magazine.

Cela dépend des choix de votre rédaction. Sachez seulement qu'au-delà de 3 minutes, l'oreille humaine a besoin de changements. Dans un journal radio, cela se traduit par un changement de sujet.

Comment s'y prendre ?

- Selon la même procédure que pour monter un son (voir fiche précédente, n°20).
- D'abord monter les sons – courts – 30 »/20 » ou moins.
- Isolez les ambiances sans les monter. C'est facile de les raccourcir sur la time-line.
- Ensuite on calcule le temps de tous ses sons et on écrit son texte en fonction du temps qui reste.
- ENREGISTREZ votre texte après l'avoir bien murmuré.
- Mettez TEXTES et SONS bout à bout ou sur deux pistes.
- Si c'est encore trop long : réduisez les sons ou enlevez du texte.

Monter un enrobé peut prendre de 1h30 à 2h, plus pour un débutant.

http://www.24hdansuneredaction.com/radio/21-le-papier-plus-son-ou-enrobe

22. Vox Pop ou micro-trottoir

Une radio est en contact avec ses auditeurs. Fréquemment, elle leur donne la parole. Le reporter va les chercher dans la rue, là où ils sont. C'est ce qu'on appelle un micro-trottoir ou Vox Pop.

Durée d'un Vox Pop

1 minute et 30 secondes. Ou moins, si votre rédaction choisit 1 minute.

Définition d'un Vox Pop

Un Vox Pop est un document sonore qui regroupe, grâce à un montage, les réponses d'une série de personnes à une même question.

Qui s'exprime dans un Vox Pop ?

« Vox Pop », cela signifie en latin « voix du peuple ». Ce sont donc des gens ordinaires qui s'expriment dans un Vox Pop. Ce ne sont pas des ministres, des avocats, des directeurs, des généraux ou des religieux.

Où faire un Vox Pop ?

Là où se trouvent les gens ordinaires : dans la rue, au marché, etc.

Combien de personnes s'expriment dans un Vox Pop ?

Six personnes est une bonne moyenne. Chaque personne s'exprime en moyenne une quinzaine de secondes. 6 multipliés par 15 secondes = 1 minute et 30 secondes. Si vous choisissez un format plus court : 4 à 5 personnes est un nombre suffisant.

Comment faire pratiquement un Vox Pop ?

Il faut d'abord bien choisir **une** question. Ensuite il faut aller sur le terrain, au marché par exemple, et poser cette question à une série d'usagers du marché. Il ne faut pas poser plusieurs questions, vous ne faites pas une interview mais un Vox Pop. Il faut éviter de se présenter chaque fois au même

endroit, à la même heure, pour éviter d'avoir les mêmes opinions provenant de la même catégorie de gens.

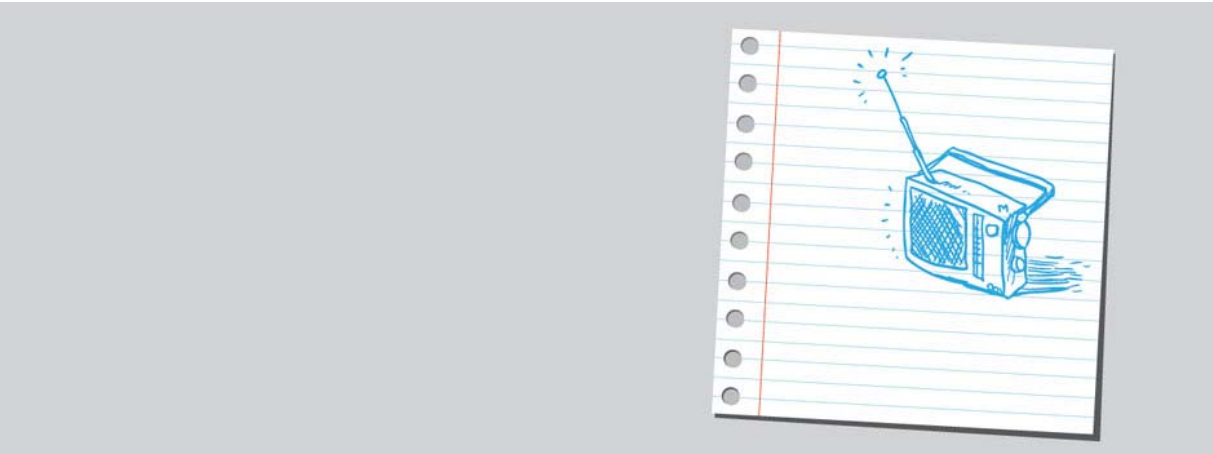
Comment présenter un Vox Pop ?

Un vox pop n'est pas un sondage. Il n'a aucune aucune prétention scientifique. C'est une illustration, une image. Il faut donc éviter les formules du genre : « les gens de telle ville ou tel quartier rejettent carrément cette option, comme en témoignent ces citoyens ».

Comme le reportage, le Vox Pop s'accompagne d'un lancement qui dit « **QUI QUOI OÙ QUAND ?** » et la question posée, l'angle. Le reporter écrit son lancement, le présentateur le réécrit pour le mettre dans sa voix.

http://www.24hdansuneredaction.com/radio/22-vox-pop-ou-micro-trottoir

23. Le papier radio



Le papier radio est un article court – 25 lignes maximum. Sa durée : moins de 1 minute, C'est le texte que le journaliste écrit et lit dans sa voix. Il peut être en direct ou enregistré. En reportage, il se fait au téléphone. Mais quel que soit le cas de figure, le papier a une structure : un début, un milieu, une fin. Une phrase d'accroche, une chute. Il ne répète surtout pas ce qu'il y a dans le lancement. Il répond à la question Comment/Pourquoi ?

Quand faire un papier ?

Deux facteurs amènent à traiter un sujet sous la forme d'un papier :

- **La nécessité**. Vos interlocuteurs refusent d'être enregistrés, mais acceptent de vous donner des informations. Ou alors il n'y a pas d'interlocuteur possible, vous n'avez pas de source orale.
- **Le choix rédactionnel**. Parfois il est plus opportun de faire un papier qu'un son. Par exemple, vous devez analyser ou expliquer un sujet complexe.

Différents types de papiers

Il existe deux types de « papiers » :

- **Le papier de desk** est un papier rédigé sans sortie en reportage. Le journaliste travaille dans la rédaction. Il traite des informations qui lui viennent de différentes sources. Il utilise le plus souvent des dépêches d'agences de presse, des articles de journaux, des textes et documents divers. Le journaliste complète ces informations en effectuant des recherches sur Internet et en utilisant le téléphone.
- **Le papier de reportage** est le produit d'un reportage. Pour le réaliser, le reporter va collecter des informations sur le terrain. Il observe, prend des notes, pose des questions sur le sujet qui l'intéresse.

Avant de rédiger un papier :

- **Vérifiez d'abord qu'il ne vous manque aucun élément**, que vous maîtrisez le sujet. Ensuite, vous triez et organisez la matière que vous avez collectée. Concentrez-vous sur l'angle que vous devez traiter. Pour cela, écartez tout ce qui ne concerne pas cet angle.
- **Mettez de côté les informations qui permettront au présentateur de lancer votre papier**, et rédigez votre lancement.

- **Préparez l'ordre dans lequel vous allez rédiger vos informations** : il doit être logique, faciliter la compréhension des auditeurs. Choisissez soigneusement votre première et dernière information, l'attaque et la chute.

Rédigez votre papier

Pour rédiger revoyez les fiches 6 et 7, l'écriture radio. Ecrivez en murmurant pour avoir un ton radio.

Après la rédaction du papier

Mettez le papier en page. Utilisez un gros corps de caractère (et un triple interligne). Aérez le texte en fonction de son sens. Notez les respirations. Un texte bien mis en page a toutes les chances d'être bien dit à l'antenne.

N'oubliez pas la mise en bouche

Répétez plusieurs fois votre papier avant d'aller en studio ou de l'enregistrer, parlez-le, dites-le à haute-voix.
Si votre papier est issu d'un reportage sur le terrain, relisez-le en vous demandant :
est-ce que j'aurais pu écrire le même papier en restant dans la rédaction en travaillant par téléphone ? Si la réponse est oui, réécrivez le papier !!!

http://www.24hdansuneredaction.com/radio/23-le-papier-radio

24. Grands principes radio

La radio est un média « chaud ». Chaud au sens où il donne l'information à chaud, à vif, quand l'événement se passe. Chaud aussi au sens où c'est un homme, une femme, qui parle à d'autres hommes, d'autres femmes, jeunes, adultes ou anciens. Une voix. Mais il faut se méfier de la rapidité. On ne colporte ni rumeur, ni on-dit ; toute information doit être absolument vérifiée. L'Histoire nous a montré jusqu'où pouvait mener le non-respect de l'exactitude et de l'objectivité.

Le ton en radio

Nous parlons dans la vie. En radio, nous parlons plus lentement. Mais nous devons faire naître des images, raconter, décrire. Nous devons être vivants, pas des machines à dire. Il faut trouver un style simple qui corresponde à soi-même. En quelques mots un reporter peut vous décrire une place vide quittée précipitamment par une foule, et vous la voyez ! Avoir un style, une présence à l'antenne, demande de travailler sans cesse sur soi-même.

Le respect des personnes

Notre métier est de donner la parole aux autres, leur permettre de s'exprimer. Le public a droit à la vérité. Mais tout individu a droit à son honneur et à sa vie privée. En Europe et aux Etats-Unis, des lois très sévères condamnent la calomnie et la diffamation.

L'exactitude

Vérifiez tout. Vérifiez l'information que vous a donnée une première source auprès d'une deuxième source. Si vous avez un doute, vérifiez encore. Vous parlez à l'antenne de « faits avérés ». Soyez précis, au mot près, pour une citation d'homme politique par exemple.

L'équilibre

Efforcez-vous de donner les différents points de vue, notamment dans le cas d'une question controversée, sociale, politique, économique…

La clarté

L'immense majorité de vos auditeurs a des préoccupations de survie. Son langage est simple. Si vos auditeurs ne parviennent pas à vous comprendre, vous aurez fait tout votre travail de recherche en vain.

Pas de commentaire

Le commentaire est un jugement de votre part, une opinion. Vous n'êtes pas là pour ça. Contentez-vous des faits.

Protection des sources

L'information du public passe par la recherche de la vérité. La diffusion de certaines informations délicates peut déplaire à des personnes ou des organisations de toute nature. Pour pouvoir rendre publiques ces informations délicates, il faut parfois garantir aux personnes qui s'expriment à l'antenne que leur identité restera confidentielle. Dans un tel cas de figure on dit que le journaliste doit « *protéger ses sources d'information* », c'est-à-dire garantir aux personnes qui lui donnent des informations qu'elles le font en toute confidentialité. Attention : cette procédure s'utilise de façon exceptionnelle, dans des cas très précis où cette technique est le seul moyen de diffuser une information capitale.

Restez en contact avec votre rédaction

Cela vaut en zone de conflit, mais aussi en période de paix. A la station, les présentateurs, le rédacteur en chef ont besoin de savoir où vous en êtes pour la préparation du journal.

http://www.24hdansuneredaction.com/radio/24-grands-principes-radio